

Studienangebot

Marketing und Internationales Marketing

Gültig ab 01.10.2011

Inhalt:

Bachelor WiWi (Aufbau und Voraussetzungen)

- Marketing und Internationales Marketing Schwerpunkt

Diplomstudium WIWI NEU (Aufbau und Voraussetzungen)

- Marketing und Internationales Marketing Schwerpunkt
- Marketing und Internationales Marketing Spezialisierung Internationales Marketing
- Marketing und Internationales Marketing Spezialisierung Marketing

Äquivalenzlisten

Bachelor WiWi
Marketing und Internationales Marketing Schwerpunkt
Gültig ab 1.10.2011

1. Semester

KS Strategisches
Marketing-Management
(2h / 3 ECTS)

KS Angewandte
Marketingforschung
(2h / 3 ECTS)

2. Semester

IK Strategisches und
operatives Marketing-
Management
(2h / 3 ECTS)

IK Angewandte
Marketingforschung
(2h / 4 ECTS)

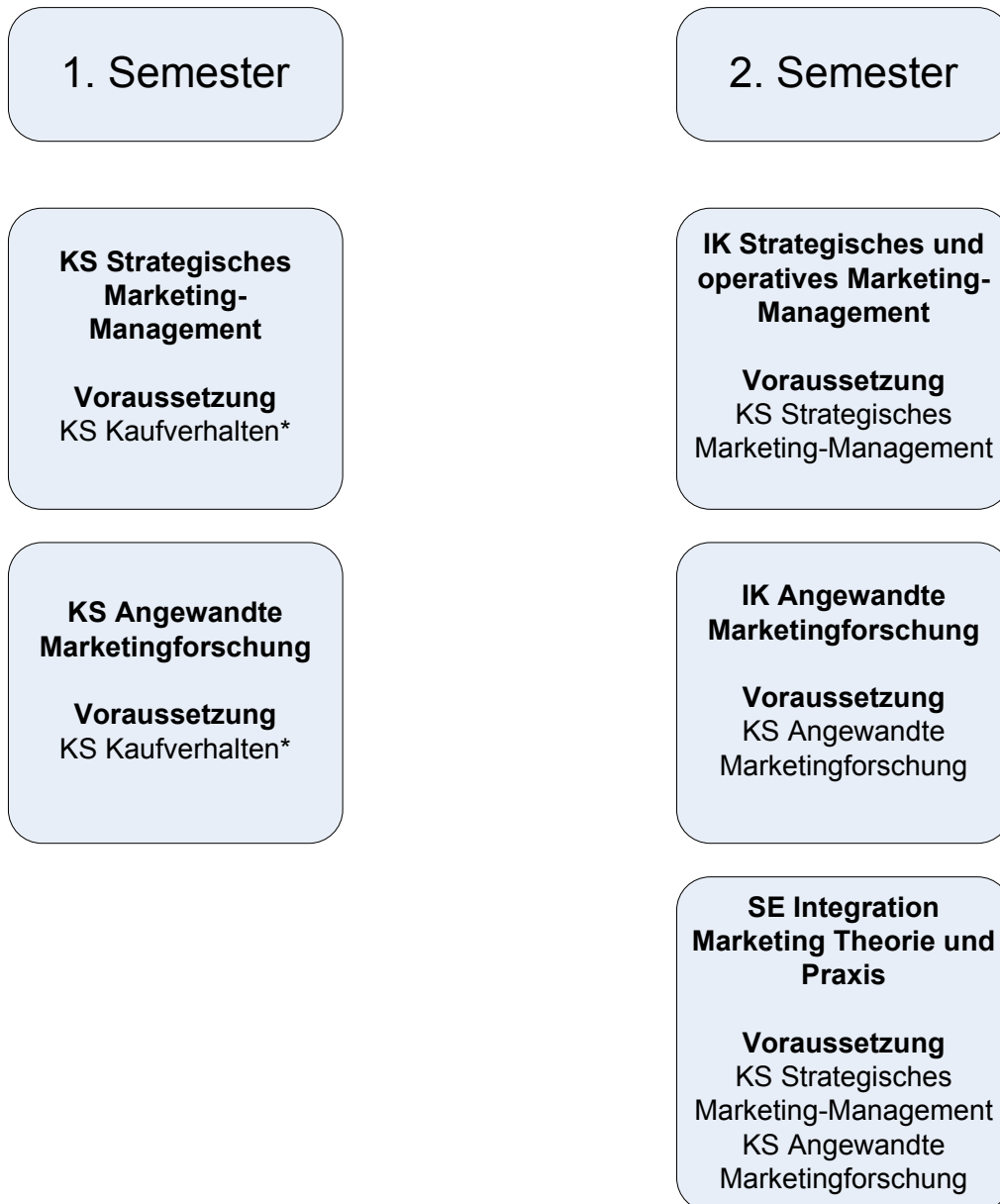
SE Integration
Marketing Theorie und
Praxis
(ehem. Forschungs-
seminar)
(2h / 3 ECTS)

Abschluss

Schriftliche Fachprüfung (60 Minuten, 2 ECTS)
Die Beurteilung erfolgt unter Einbeziehung des gewichteten
Durchschnitts der Lehrveranstaltungsprüfungen (50:50 Regelung)

Voraussetzungen Bachelor WiWi

Marketing und Internationales Marketing Schwerpunktfach



- * Grundvoraussetzung sind 39 ECTS aus den folgenden 3 Modulen
- Einführung BWL und VWL (9 ECTS)
 - Kernkompetenzen I BWL + VWL (24 ECTS)
 - Modul Gender / Wissenschaftliches Arbeiten (6 ECTS)

Diplomstudium WiWi NEU
Marketing und Internationales Marketing Schwerpunktfach
Gültig ab 1.10.2011

1. Semester

KS Strategisches
Marketing-Management
(2h / 3 ECTS)

KS Angewandte
Marketing-forschung
(2h / 3 ECTS)

2. Semester

IK Strategisches und
operatives Marketing-
Management
(2h / 3 ECTS)

IK Angewandte
Marketingforschung
(2h / 4 ECTS)

SE Seminar Integration
Marketing Theorie und
Praxis
(ehem. Forschungs-
Seminar)
(2h / 3 ECTS)

Abschluss

Schriftliche Fachprüfung (60 Minuten, 2 ECTS)
Die Beurteilung erfolgt unter Einbeziehung des gewichteten
Durchschnitts der Lehrveranstaltungsprüfungen (50:50 Regelung)

Voraussetzungen Diplomstudium WiWi NEU Marketing und Internationales Marketing Schwerpunktfach

1. Semester

KS Strategisches Marketing-Management

Voraussetzung
KS Kaufverhalten*

KS Angewandte Marketingforschung

Voraussetzung
KS Kaufverhalten*

2. Semester

IK Strategisches und operatives Marketing-Management

Voraussetzung
KS Strategisches Marketing-Management

IK Angewandte Marketingforschung

Voraussetzung
KS Angewandte Marketingforschung

SE Integration Marketing Theorie und Praxis

Voraussetzung
KS Strategisches Marketing-Management
KS Angewandte Marketingforschung

- * Grundvoraussetzung sind 39 ECTS aus den folgenden 3 Modulen
- Einführung BWL und VWL (9 ECTS)
 - Kernkompetenzen I BWL + VWL (24 ECTS)
 - Modul Gender / Wissenschaftliches Arbeiten (6 ECTS)

Diplomstudium WiWi NEU
Marketing und Internationales Marketing Spezialisierung Internationales Marketing
Gültig ab 1.10.2011

1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
KS Strategisches Marketing-Management (2h / 3 ECTS)	IK Strategisches und operatives Marketing-Management (2h / 3 ECTS)	KS Management von Internationalen Markteintrittsstrategien (2h / 4 ECTS)	SE Master Seminar Applied International Marketing (2h / 4 ECTS)
KS Angewandte Marketingforschung (2h / 3 ECTS)	IK Angewandte Marketingforschung (2h / 4 ECTS)	IK Internationales Marketing und Export Tools (2h / 3 ECTS)	
	SE Integration Marketing Theorie und Praxis (ehem. Forschungsseminar) (2h / 3 ECTS)		

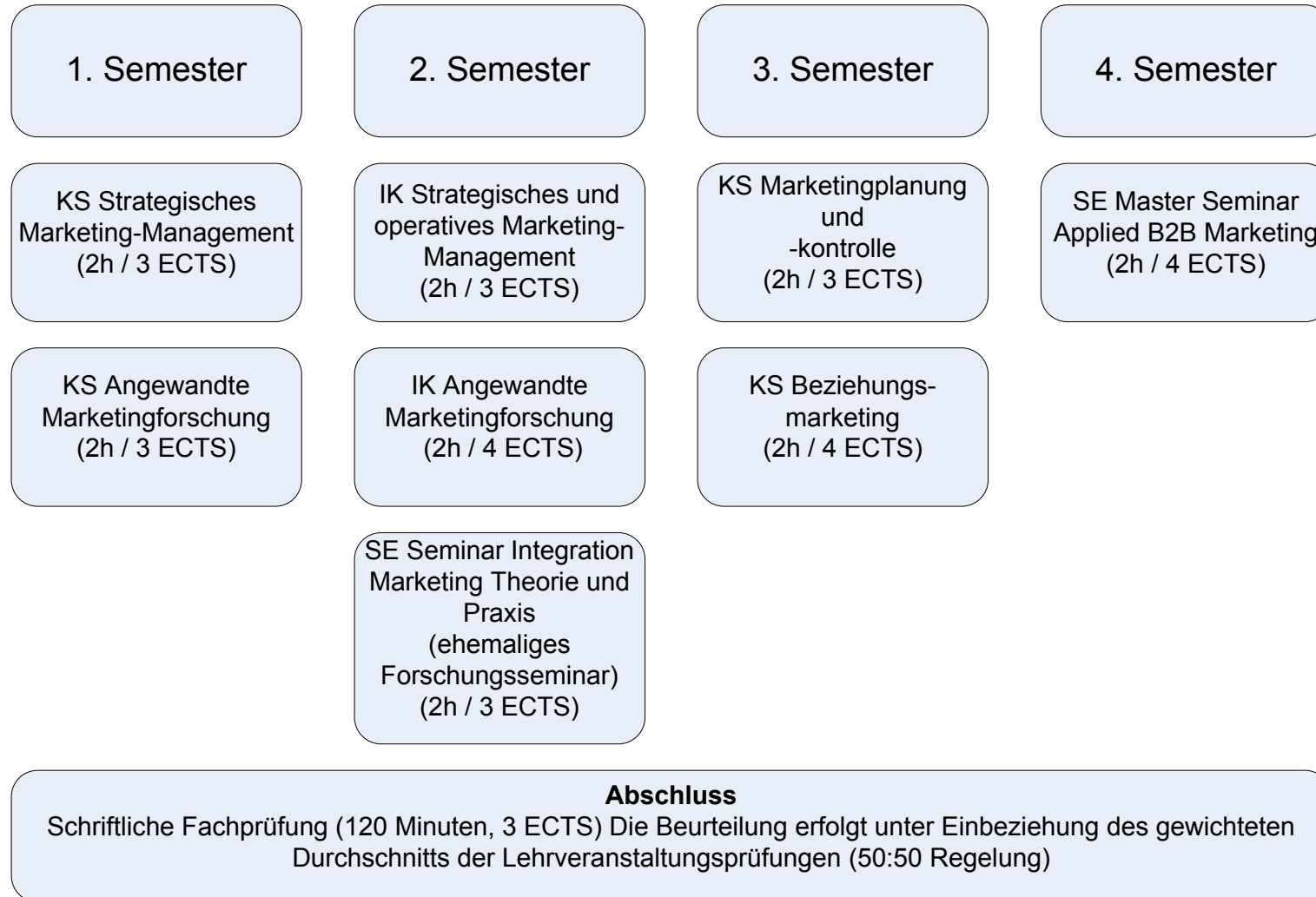
Abschluss
Schriftliche Fachprüfung (120 Minuten, 3 ECTS). Die Beurteilung erfolgt unter Einbeziehung des gewichteten Durchschnitts der Lehrveranstaltungsprüfungen (50:50 Regelung)

Voraussetzungen Diplomstudium WiWi NEU
Marketing und Internationales Marketing Spezialisierung Internationales Marketing

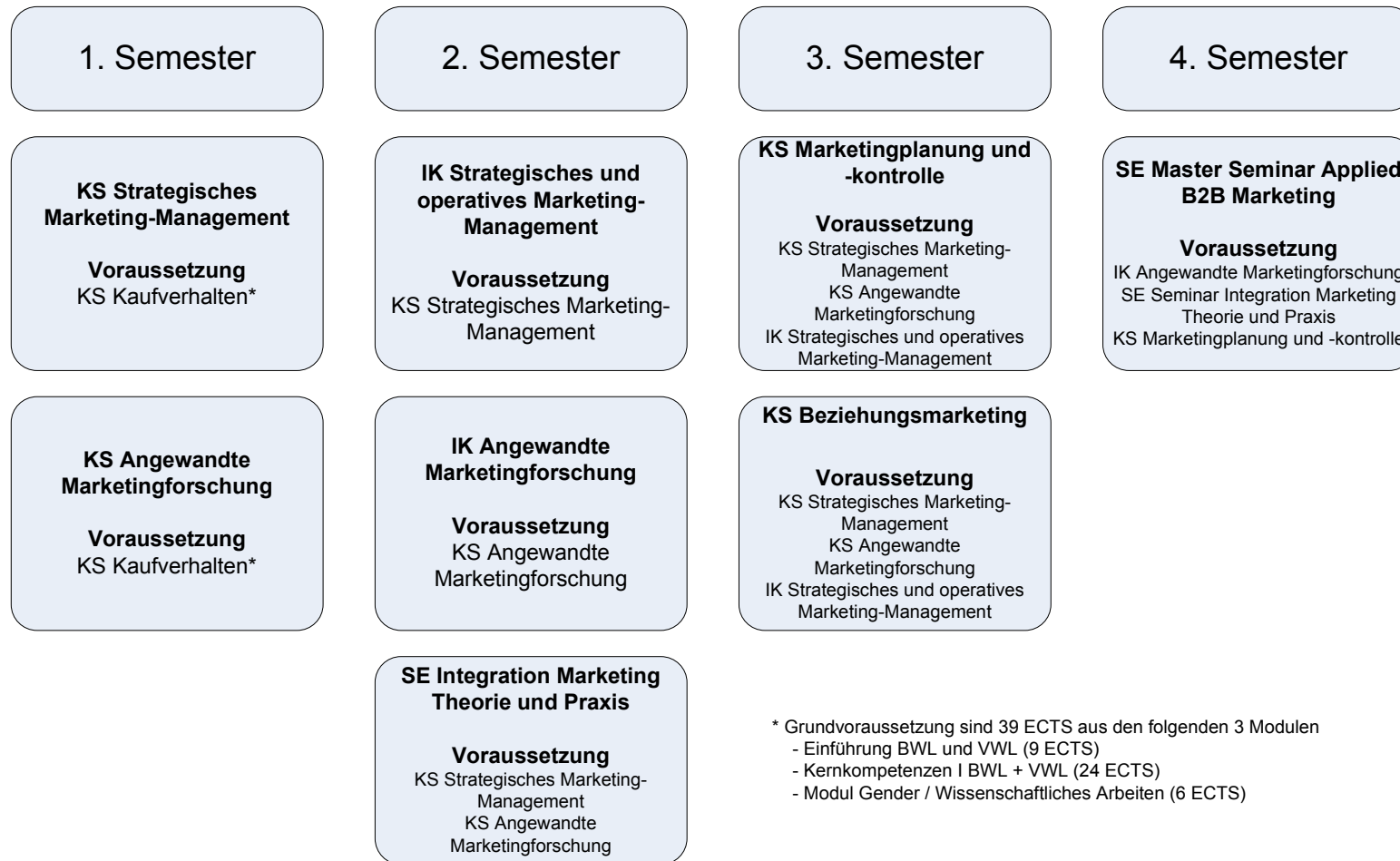
1. Semester	2. Semester	3. Semester	4. Semester
<p>KS Strategisches Marketing-Management</p> <p>Voraussetzung KS Kaufverhalten*</p>	<p>IK Strategisches und operatives Marketing-Management</p> <p>Voraussetzung KS Strategisches Marketing-Management</p>	<p>KS Management von Internationalen Markteintrittsstrategien</p> <p>Voraussetzung KS Strategisches Marketing-Management KS Angewandte Marketingforschung IK Strategisches und operatives Marketing-Management</p>	<p>SE Master Seminar Applied International Marketing</p> <p>Voraussetzung IK Angewandte Marketingforschung SE Seminar Integration Marketing Theorie und Praxis KS Management von Internationalen Markteintrittsstrategien</p>
<p>KS Angewandte Marketingforschung</p> <p>Voraussetzung KS Kaufverhalten*</p>	<p>IK Angewandte Marketingforschung</p> <p>Voraussetzung KS Angewandte Marketingforschung</p>	<p>IK Internationales Marketing und Export Tools</p> <p>Voraussetzung KS Strategisches Marketing-Management KS Angewandte Marketingforschung IK Strategisches und operatives Marketing-Management</p>	
	<p>SE Seminar Integration Marketing Theorie und Praxis</p> <p>Voraussetzung KS Strategisches Marketing-Management KS Angewandte Marketingforschung</p>		

* Grundvoraussetzung sind 39 ECTS aus den folgenden 3 Modulen
 - Einführung BWL und VWL (9 ECTS)
 - Kernkompetenzen I BWL + VWL (24 ECTS)
 - Modul Gender / Wissenschaftliches Arbeiten (6 ECTS)

Diplomstudium WiWi NEU
Marketing und Internationales Marketing Spezialisierung Marketing
Gültig ab 1.10.2011



Voraussetzungen Diplomstudium WiWi NEU Marketing und Internationales Marketing Spezialisierung Marketing



* Grundvoraussetzung sind 39 ECTS aus den folgenden 3 Modulen

- Einführung BWL und VWL (9 ECTS)
- Kernkompetenzen I BWL + VWL (24 ECTS)
- Modul Gender / Wissenschaftliches Arbeiten (6 ECTS)

Äquivalenzlisten

Curriculum WiWi alt 1. Studienabschnitt	Curriculum WiWi neu 1. Studienabschnitt
KS Strategie und Marketing (2h)	KS Marketing (1h) KS Strategie (1h)
IK Strategie und Marketing (1h)	KS Kaufverhalten (1h)

Schwerpunktfächer Marketing / Internationales Marketing:

Ist ein Schwerpunktfach laut Studienplan 2007 bereits abgeschlossen, so sind die fehlenden 3 ECTS in folgender Form nachzuholen:

SE Seminar Integration Marketing Theorie und Praxis

Curriculum WiWi alt 2. Studienabschnitt	Curriculum WiWi neu 2. Studienabschnitt
KS Internationales strategisches Marketingmanagement	KS Management von internationalen Markteintrittsstrategien
KS Informationsgewinnung im internationalen Geschäft	KS Angewandte Marketingforschung
SE Forschungsseminar	SE Seminar Integration Marketing Theorie und Praxis